

ENTRE A SOMBRA E REALIDADE: OS “PROGRAMAS EDUCATIVOS” DA MIMOSA

Between the shadow and reality: the “Mimosa
educational programs “

Rui Pedro Fonseca

Investigador integrado no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL) do Instituto Universitário de Lisboa, Portugal e bolsiro, em regime de pós-doutoramento, pela Fundação para a Ciência e Tecnologia. Orientação de José Jorge Barreiros (CIES-IUL) e João Teixeira Lopes (ISFLUP). E-mail: fonsecarppd@hotmail.com e ruipedro.fons@gmail.com

Recebido em 07.06.2015 | Aprovado em 17.06.2015

RESUMO: Tendo como referência os impactos do leite bovino na saúde humana, este estudo estabelece uma análise comparativa entre os conteúdos dos “*programas educativos*” da marca de lacticínios Mimosa e estudos independentes de entidades reconhecidas. A grande premissa que se defende neste artigo é que a Mimosa aplica nos seus “*programas educativos*” um modelo de publicidade “*científica*” semelhante ao que Edward Bernays aplicou na década de 1920 para implementar o pequeno-almoço *bacon and eggs*. Os dados são demonstrativos que existe um enorme desfasamento e discordância no que concerne às informações nutritivas apresentadas pela marca de lacticínios Mimosa e as apresentadas por estudos independentes em relação aos impactos do leite de vaca na saúde humana. Os dados também são reveladores de que existem compostos no leite bovino, intrínsecos e derivados dos processos de produção industrial, que se encontram omissos nos “*programas educativos*” da Mimosa.

PALAVRAS-CHAVE: programas educativos, informações nutricionais, propaganda científica

ABSTRACT: With reference to the impact of cow's milk on human health, this study makes a comparative analysis of the contents of the "educational programs" of Mimosa dairy brand and independent studies of recognized entities. The major premise is defended in this article is that the Mimosa apply in their "educational programs" an "scientific" advertising model similar to what Edward Bernays applied in the 1920s to implement the breakfast bacon and eggs. The data are evidence that there is a huge gap and disagreement regarding the nutritional information provided by Mimosa dairy brand and presented by independent studies in relation to cow's milk impacts on human health. The data also reveal that there are compounds in milk cattle, intrinsic and derived from industrial production processes, which are omitted in the "Mimosa educational programs".

KEYWORDS: educational programs, nutritional information, scientific advertising

SUMÁRIO: 1. Introdução e metodologia - 2. Os "programas informativos" da Mimosa ou a manipulação da opinião pública - 3. Balanço e conclusões - 4. Anexo - 5. Notas de referencia

1. Introdução e metodologia

A Mimosa foi considerada, em 2013, a marca de eleição, estando presente em 88% dos lares portugueses¹. Um dos grandes motivos pelos quais a marca de lacticínios situa-se no primeiro lugar do *ranking* terá muito provavelmente a ver com o *marketing*, ou com o que a Mimosa designa por "programas educativos". Os conteúdos destes programas serão baseados nos escritos de nutricionistas do CNAM (Centro de Nutrição e Alimentação Mimosa), o que pressupõe que estão subordinados ao poder empresarial que tutela a marca (a Lactogal). Complementarmente, estes conteúdos nutricionais da Mimosa, que elevam o consumo de leite bovino como sendo um aliado na saúde humana, surgem em formatos simplistas, por vezes em *slogans* que, por princípio, consubstanciam o *marketing* da própria marca. O primeiro grande objetivo deste estudo consiste em demonstrar que os "programas informativos" da Mimosa são, de facto, estratégias

de *marketing* que têm como função exaltar nos seus benefícios, bem como omitir os seus malefícios para a saúde humana. Para demonstrar esta premissa procedeu-se a dois distintos passos metodológicos:

Primeiramente recorreu-se a um exemplo, provavelmente o primeiro da história da alimentação, em que o pai da propaganda – Edward Bernays, contratado pela empresa *Beech-Nut Packing* implementara nos países anglo-saxónicos o pequeno-almoço *bacon and eggs* sob um género de *marketing* que apela à saúde humana em prole do consumo da refeição mencionada. Aludir ao modelo de Bernays implicou o recurso a um vídeo do *youtube*² onde o próprio fala da estratégia utilizada, assim como ao seu livro escrito por volta de 1920 (reedição de 2005) intitulado de “*Propaganda*”.

O segundo objetivo consistiu em atestar se os “*programas educativos*” da Mimosa são fidedignos no que concerne aos conteúdos partilhados para os/as consumidores. Para o efeito, foi realizada uma análise comparativa entre os conteúdos dos “*programas educativos*” da Mimosa, disponíveis na internet, e designados como “*Missão Crescer Saudável Mimosa*”; “*Leite Bem Especial Cálcio*”; “*Leite de crescimento 1-3 Anos, Bem Especial*”; “*Festa do Leite Mimosa*”; “*Brochura da Exposição Estudo Epistemológico*”; “*Crescer Saudável*”; “*O leite – Crescer Saudável*”; “*Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa*”) que focam os benefícios do leite bovino para a saúde humana. No que diz respeito aos conteúdos, destacam-se cinco grandes âmbitos temáticos das mensagens da Mimosa: (1) a importância do cálcio; (2) os impactos gerais do leite na saúde humana; (3) a obesidade infantil; (4) as recomendações sobre as quantidades a beber por dia; (5) nutrientes e as propriedades do leite. (*Vide* Tabela 1).

Para contrastar as perspectivas delimitadas pela marca Mimosa recorreu-se a referências de estudos independentes³: David S. Ludwig, MD, PhD; Walter C Willett, MD, DrPH “*Three Daily Servings of Reduced-Fat Milk An Evidence-Based Recommendation?*” (JAMA Pediatrics); Denis Campbell, “*Cancer*

risk higher among people who eat more processed meat, study finds" (The Guardian); Harvard School of public health "Calcium and Milk" (The nutrition source); "Got Proof? Lack of Evidence for Milk's Benefits" (Hyman, Mark); "Health Concerns about Dairy Products" (Physicians Committee for Responsible Medicine).

2. Os "programas informativos" da Mimosa ou a manipulação da opinião pública

Existe uma grande referência da história moderna, provavelmente a primeira, de como a "opinião pública" pode ser manipulável pela indústria das relações públicas. Edward Bernays⁴, a grande referência na formação da opinião refere, no seu livro "Propaganda", que numa "democracia" «a manipulação consciente e inteligente dos hábitos e opiniões das massas é um elemento importante numa sociedade democrática» [porque permite] «criar ou moldar acontecimentos para influenciar as relações do público com uma empresa, ideia ou grupo».⁵

Um exemplo paradigmático, provavelmente o primeiro da história moderna empresarial de alimentos de origem animal, foi quando a empresa *Beech-Nut Packing* contratara Bernays (aproximadamente em 1920) para aumentar o volume de vendas de *bacon*. Iniciar-se-ia uma nova vaga de estratégias publicitárias que teria efeitos imediatos na formação da opinião dos/as consumidores/as, sobretudo nos países anglo-saxónicos. O pequeno-almoço *bacon and eggs* seria implementado em detrimento do "leve® pequeno-almoço - "café, sumo de laranja e uma torrada". O pai da propaganda alcançara uma adesão massiva de inúmeras famílias de vários estratos sociais ao consumo diário de *bacon and eggs* através da agregação de discursos informativos médicos às suas campanhas publicitárias que apontavam às populações sobre o quanto saudável era a ingestão deste composto alimentar para a saúde⁶. A «indicação científica de 5000 médicos»⁷ seria um *slogan* principal da estratégia que se tornou

determinante para implementar este produto de origem animal como prática alimentar enraizada. Atualmente, ninguém leva a sério a tese de que *bacon and eggs* são um composto alimentar saudável, contudo as (falsas) premissas pró saúde usadas pela máquina das relações públicas foram fundamentais para criar e sedimentar o hábito do seu consumo.

O ensejo da publicidade e da indústria das relações públicas consiste em fornecer a visão oficial que o mundo empresarial deseja que os/as consumidores/as tenham; subsiste em conferir orientações sociais e psicológicas, definir estilos de vida⁸, “promover ideais”, manipular gostos e desejos. A grande premissa que se defende neste artigo é que o modelo de publicidade “científica” de Bernays é ainda hoje amplamente utilizado por empresas alimentares, designadamente pela Mimosa – através dos seus “programas informativos” ou “programas pedagógicos”⁹. A Mimosa¹⁰ disponibiliza material pedagógico online cujo propósito é incentivar o consumo de leite de vaca como aliado na «prevenção da prevalência da obesidade infantil e excesso de peso» bem como proporcionar o «crescimento saudável» das crianças. Na página do seu sítio oficial, a Mimosa menciona que, mediante o leite de vaca, pretende implementar «... hábitos de vida saudáveis, desde a infância, sensibilizando para o seu papel estruturante no bem-estar, ao longo de toda a vida (...) informar e sensibilizar os portugueses para a importância do leite [de vaca] e dos produtos lácteos como parte integrante de um estilo de vida saudável.»¹¹

Formalmente, as mensagens da Mimosa apresentam-se com uma linguagem simplista, ilustrada, onde se vislumbram slogans (e.g. “Plano para um Futuro Saudável, com Leite!”, “contribuir para a educação alimentar dos mais novos (...)", “promovendo estilos de vida saudáveis”, “Bem Especial”, “Missão Crescer Saudável Mimosa” alusivos ao alegados benefícios do leite vendido pela marca. Estrategicamente, a marca de lacticínios dirige os seus “programas” às crianças, pais e escolas e disponibiliza no seu website material didático que tem como função a sua articulação bem como aplicação de conteúdos. Destaca-se, desde logo uma sofisticação

de *marketing* por parte da Mimosa porque, ao usar as escolas públicas, permite-se disseminar as suas representações e incutir os valores associados ao consumo de leite bovino.

No que diz respeito aos conteúdos, as mensagens disseminadas no *website* da Mimosa estão desconectadas da permuta económica, e aludem reiteradamente à “missão” de promoção da saúde através do leite de vaca. Destacam-se cinco grandes âmbitos temáticos das mensagens da Mimosa: (1) a importância do cálcio (através do leite bovino); (2) os impactos gerais do leite na saúde humana; (3) a obesidade infantil; (4) recomendações sobre as quantidades a beber por dia; (5) nutrientes e as propriedades do leite. Todos os impactos apresentados são positivos (*Vide* tabela 1).

Em relação à (1) importância do cálcio, a Mimosa refere, de forma conclusiva, que o leite de bovino desempenha um papel fundamental na alimentação das crianças, que proporciona “*ossos fortes, para toda a vida*”, e que ainda os/as consumidores/as podem aderir ao “*Mimosa Bem Especial Cálcio*” – produto enriquecido com cálcio e vitamina D (que ajuda à fixação do cálcio pelo organismo)¹². Em oposição, em estudos independentes de entidades de referência, como o “*Health Concerns about Dairy Products*” (da *Physicians Committee for Responsible Medicine*), é referido que os produtos lácteos têm pouco ou nenhum benefício para os ossos (...) que não melhoram a integridade óssea em crianças (...) nem previnem fraturas por *stress* em raparigas adolescentes¹³. Um estudo (“*Calcium and Milk*”) de Harvard, ressalva a importância do cálcio, mas que o leite não é a única nem a melhor fonte, e que até pode ser prejudicial e provocar os efeitos opostos devido à presença de retinol (Vitamina A)¹⁴. Mark Hyman, em “*Got Proof? Lack of Evidence for Milk’s Benefits*”, corrobora que produtos lácteos não promovem a saúde dos ossos, nem reduzem o risco de fraturas”¹⁵ (*Vide* tabela 1).

Sobre (2) os impactos gerais e a longo termo do leite na saúde humana, a Mimosa apresenta um discurso generalista, panfletário, e nada específico [e.g. “*Plano para um Futuro Saudável*,

com Leite!”¹⁶ (...) promovendo estilos de vida saudáveis¹⁷]. Num dos materiais de apoio da Mimosa “Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa”, são apresentadas personagens de banda desenhada (crianças) que têm como função ilustrar os benefícios do leite para as crianças: o “SUPER X” é um super-herói que fica invencível quando bebe leite e, quando não o bebe, enfraquece¹⁸. O “PEDRO MÍNIMO” teve a designação de “mínimo” porque não crescia até beber leite bovino e ficar o “máximo”¹⁹. Existe, portanto, uma alusão positiva dos efeitos do leite enquanto proporcionador de crescimento, fortalecimento, vida saudável. Em contrapartida, estudos independentes, como “Health Concerns about Dairy Products” da *Physicians Committee for Responsible Medicine*, refere associações entre o consumo de leite e o cancro da próstata, da mama e ovários, o aparecimento de diabetes tipo 1, obesidade e doenças cardíacas, associando-o a maiores taxas de mortalidade²⁰. A mesma fonte revela que não há necessidade de aceder a produtos lácteos e que uma dieta rica em grãos, frutas, legumes, cereais, são mais indicados para satisfazer as necessidades nutritivas²¹. Cientistas de Harvard revelam que o leite pode causar outros problemas como constipação, síndrome do intestino irritável, inchaço, gases, diarreia, alergias, eczema e acne; não encontraram dados para apoiar a alegação de que o consumo de laticínios leva a melhores ossos, perda de peso, ou a melhoria da saúde. (...) ²² (Vide tabela 1)

Sobre (3) o consumo de leite e a obesidade infantil a Mimosa é, mais uma vez, vaga na forma que explica a sua utilidade para o efeito: «(...) valorizando o consumo de leite como aliado na prevenção da obesidade infantil.»²³; «(...) Incentiva ao consumo do leite como aliado na prevenção da prevalência da obesidade infantil e excesso de peso.»²⁴. Estudos independentes são mais específicos, detalhados e críticos em relação ao papel do leite bovino para a prevenção da obesidade infantil. A *Physicians Committee for Responsible Medicine* cita um estudo do *Archives of Disease in Childhood* onde refere que nem o leite desnatado nem o leite integral provocam perda de peso e gordura corporal a longo prazo.²⁵ Contrariamente, afirma

que a proteína do leite, o açúcar do leite, e a gordura saturada apresentam riscos para a saúde das crianças e incentivam ao desenvolvimento da obesidade²⁶ (*Vide* tabela 1).

Em relação às recomendações sobre as quantidades que se deve beber (4), a Mimosa recomenda 3 copos por dia (aproximadamente 600ml)²⁷. Em contrapartida, o médico Mark Hyman não concorda com as recomendações do seu país (EUA) que também defende a ingestão de 3 copos por dia²⁸. No estudo *“Three Daily Servings of Reduced-Fat Milk An Evidence-Based Recommendation?”*, do *Journal of the American Medical Association Pediatrics* (JAMA), os/as autores/as referem que «Os humanos não têm qualquer necessidade de consumir leite de origem animal.»²⁹, o que pressupõe viver sem o seu consumo (*Vide* tabela 1).

Por fim, em relação aos nutrientes e propriedades do leite de vaca (5), a Mimosa recomenda-o por ser «um alimento único, rico e insubstituível que nos oferece muitos nutrientes: proteínas de alto valor biológico, hidratos de carbono, lípidos, vitaminas, cálcio e outros minerais.»^{30, 31}. Recomenda ainda o leite Mimosa Bem Especial Crescimento (1-3 anos) por conter “teor de proteína ajustado” e por ser “enriquecido em ferro”.³² Em fontes independentes não existem evidências que contrariem a presença de proteína no leite de vaca, mas referem a ausência de ferro (a não ser que o leite seja enriquecido) e a presença de outros compostos. No estudo *“Health Concerns about Dairy Products”*, os médicos referem outros nutrientes/aditivos/componentes omissos pela Mimosa: hormonas para pesticidas, hormonas sintéticas (tais como a hormona de crescimento bovina recombinante), que «podem afetar a função hormonal normal.»³³, contaminantes como antibióticos (...) pesticidas, bifenilos policlorados (PCBs) e dioxinas que podem «constituir-se a níveis perigosos que podem afetar o sistema imunológico, reprodutivo e o sistema nervoso central (...) [bem como] «têm sido associados ao cancro». Também contaminantes como a melamina, «que afeta negativamente os rins e o trato urinário, devido ao seu alto teor de nitrogénio e de 38 toxinas cancerígenas, incluindo

as aflatoxinas» que não são destruídas na pasteurização³⁴ (Vide tabela 1).

3. Balanço e conclusões

Os dados são demonstrativos que existe um enorme desfaseamento e discordância no que concerne às informações nutritivas apresentadas pela empresa de laticínios Mimosa e as apresentadas por estudos independentes em relação ao consumo do leite de vaca e aos seus impactos na saúde humana. Se, por um lado, em relação ao cálcio (1), a Mimosa refere que o leite de origem bovina desempenha um papel fundamental na alimentação das crianças, em prole do seu crescimento, fortalecimento, e que é propiciador de vida saudável a um longo prazo³⁵, a *Harvard School of Public Health* e o *Physicians Committee for Responsible Medicine* mencionam que os produtos lácteos têm pouco ou nenhum benefício para os ossos das crianças e que o cálcio pode ser adquirido em melhores proporções em outros alimentos de origem vegetal. Os impactos negativos do leite de vaca apontados por estudos independentes (como “*Health Concerns about Dairy Products*” da *Physicians Committee for Responsible Medicine* e os cientistas de Harvard) agudizam-se: cancro da próstata, da mama e ovários, diabetes tipo 1, obesidade, doenças cardíacas, constipação, síndrome do intestino irritável, inchaço, gases, diarreia, alergias, eczema e acne, etc. Além da Mimosa revelar um discurso vago e incompleto sobre os alegados efeitos positivos do leite como aliado na prevenção da obesidade infantil (3), é também inverso ao que é referido pela *Physicians Committee for Responsible Medicine* que refere que a proteína, a gordura saturada e o açúcar do leite apresentam riscos para a saúde das crianças e incentivam ao desenvolvimento da obesidade.

Em relação às recomendações sobre as quantidades³⁶ que se deve beber (4), a Mimosa recomenda 3 copos por dia (aproximadamente 600ml)³⁷. Em contrapartida, o médico Mark Hyman, e o

Journal of the American Medical Association Pediatrics (JAMA) referem que os humanos não têm qualquer necessidade de consumir leite de origem animal, presumivelmente porque, enquanto mamíferos, e à semelhança de outras espécies, para os humanos seria suficiente aceder ao leite materno nos primeiros meses de vida.

Colocando de parte, por agora, a disputa de opiniões tão díspares, entre os/as nutricionistas da Mimosa (CNAM - Centro de Nutrição e Alimentação Mimosa) + serviço de *marketing* e a opinião médica independente, importa questionar a prática do consumo de leite bovino pela espécie humana. Atendendo, concretamente, ao uso de *slogans* da Mimosa (e.g. “*é parte de nós*”, ou “*natural*”), como é que entre mais de 5500 espécies de mamíferos no planeta se pode conceber como “*natural*” quando apenas uma delas consome secreções mamárias de uma outra espécie e em fase adulta? Surge aqui um movimento duplo, contraditório, porque não se pode designar uma prática (cultural) como natural só porque a comparamos com a natureza. Afinal, o que há de natural de um gorila sugar os úberes de uma girafa? Ou de um cão sugar os úberes de uma leoa? O que há de natural num humano em sugar os úberes de uma vaca? Porque somos a única espécie de mamíferos que bebe leite de uma outra espécie, então o “*natural*” é um subproduto, um *slogan*, de uma indústria que tem interesse em proporcionar esquemas de perceção e criar um consenso cultural em relação ao consumo de leite de vaca. Ainda, do ponto de vista biológico, as secreções mamárias de uma vaca são adequadas para os bezerros para que, após 60 dias do seu nascimento, possam pesar em média cerca de 85kg até chegarem à fase adulta com aproximadamente 400kg³⁸. “*Natural*” seria que o leite de uma progenitora bovina fosse para a sua cria, o que não acontece porque, por condição, porque a indústria de lacticínios instrumentaliza os animais separando reiteradamente a progenitora da cria; abatendo os machos ainda aleitantes para o mercado da carne e usando as fêmeas para o mercado do leite e/ou da carne. Sob o ponto de vista biológico, o consumo de leite bovino por parte da espécie humana é um fe-

nómeno isolado da natureza, além de que implica a interrupção violenta do elo natural entre as progenitoras e crias.

Voltando aos discursos médicos, em relação aos nutrientes e propriedades do leite de vaca (5), a Mimosa recomenda-o por ser «um alimento único, rico e insubstituível que nos oferece muitos nutrientes: proteínas de alto valor biológico, hidratos de carbono, lípidos, vitaminas, cálcio e outros minerais.»^{39, 40}. Recomenda ainda o leite Mimosa Bem Especial Crescimento (1-3 anos) por conter “teor de proteína ajustado” e por ser “enriquecido em ferro”.⁴¹ No entanto, apresenta omissões ao não revelar os aditivos do leite que resultam dos processos de produção industrial das explorações leiteiras: as hormonas sintéticas (hormona de crescimento bovina recombinante), que «podem afetar a função hormonal normal.»⁴²; os contaminantes, como antibióticos (...) pesticidas, bifenilos policlorados (PCBs) e dioxinas que podem «constituir-se a níveis perigosos que podem afetar o sistema imunológico, reprodutivo e o sistema nervoso central (...) [bem como] «têm sido associados ao cancro». Também contaminantes como a melamina, «que afeta negativamente os rins e do trato urinário, devido ao seu alto teor de nitrogénio e de 38 toxinas cancerígenas, incluindo as aflatoxinas» que não são destruídas na pasteurização⁴³. Sob o ponto de vista médico, os dados mostram que há uma disparidade de informações em relação aos benefícios do leite de vaca para a saúde humana, e que existem compostos no leite derivados dos processos de produção industrial, omissos nas “campanhas informativas” da Mimosa, que são prejudiciais para a saúde humana.

Pelos formatos em *slogan*, pelo simplismo nos conteúdos, bem como pela tentativa reiterada de usar um discurso apelativo aos/às consumidores/as, os “programas informativos” da Mimosa (à semelhança do que fez Edward Bernays) aproximam-se mais ao *marketing* “pró-saúde” porque servem, na realidade, para promover os produtos lácteos da empresa, que, por sua vez, acaba por adquirir uma conotação moral pela sua missão digna e útil à sociedade por se ocupar do bem-estar da população: *i.e.*: obesidade infantil, crescimento ósseo, e por exaltar o seu mérito exibindo

as ações missionárias em torno da osteoporose. Os “*programas educativos*” da marca de laticínios Mimosa pretendem promover estilos de vida, comportamentos, e mentalidades em torno do consumo de produtos lácteos (e.g., as personagens “*SUPER X*” ou “*Pedro Mínimo*”; ou o discurso que o professor deve ter na sala de aula perante os/as alunos/as sobre os benefícios do leite; ou o enredo da “*Vaca Malhada*” que vive no campo; etc.).

Os “*programas informativos*” da Mimosa consistem em *marketing* porque para além de distorcerem os seus efeitos (à semelhança do que fez Bernays em relação ao *bacon*), por se referirem, por exemplo, às relevâncias positivas do leite bovino para a espécie humana ao longo da sua fase adulta, também omitem e mascaram os processos industriais, os aditivos e contaminantes do leite bovino. A “invisibilidade”⁴⁴ é, como refere Melany Joy, a defesa primária do sistema industrial alimentar (incluindo da indústria de laticínios), o que permite que os mitos e dogmas existentes continuem a prosperar⁴⁵. Desde o ponto de vista da classe empresarial da marca de laticínios Mimosa, não existe uma promoção que vise a informação dos consumidores, como seria apanágio de uma empresa socialmente responsável. Seria este o enfoque necessário à preocupação informativa e formativa que enuncia como seu objetivo. Contudo, o trabalho ideológico efetivado em torno do consumo do leite bovino em prole da saúde humana tem vindo a ter resultados: a marca ocupa o lugar número um como a mais consumida em Portugal.

4. Anexo

Tabela 1: Impactos do leite na saúde humana de acordo com a Mimosa e de acordo com estudos independentes.

Âmbito temático	Impactos positivos do leite para a saúde humana de acordo com a Mimosa	Impactos negativos do leite de acordo com estudos independentes
A importância do cálcio.	<p><i>"[...] leite, concluindo-se que este tem uma presença diária na vida das crianças, desempenhando um papel fundamental na sua alimentação."</i>⁴⁶</p> <p><i>"Ossos fortes, toda a vida! Porque todos os dias o nosso organismo perde naturalmente cálcio, a Mimosa desenvolveu Mimosa Bem Especial Cálcio - um leite enriquecido em cálcio e vitamina D, que ajuda à fixação e absorção do cálcio pelo organismo."</i>⁴⁷</p>	<p><i>"(...) produtos lácteos têm pouco ou nenhum benefício para os ossos. A revisão de 2005 publicado na revista Pediatrics mostrou que o consumo de leite não melhora a integridade óssea em crianças. (...) os produtos lácteos não previnem fraturas por stress em raparigas adolescentes."</i>⁴⁸</p> <p><i>"O cálcio é importante. Mas o leite não é a única, ou mesmo melhor, fonte. (...) Além disso, os produtos lácteos podem ser ricos em gordura saturada, bem como o retinol (vitamina A), que em níveis elevados pode, paradoxalmente, enfraquecer os ossos."</i>⁴⁹</p> <p><i>"Laticínios e produtos lácteos não promovem a saúde dos ossos. Numa grande meta-análise, o leite não reduziu o risco de fraturas."</i>⁵⁰</p>

<p>Impactos gerais do leite na saúde.</p>	<p><i>“Plano para um Futuro Saudável, com Leite!”⁵¹</i></p> <p><i>“O programa tem por objetivo contribuir para a educação alimentar dos mais novos (...)”⁵²</i></p> <p><i>(...) promovendo estilos de vida saudáveis⁵³</i></p> <p><i>“SUPER X O super-herói (...) Quando bebe leite... ninguém o vence! Mas quando não bebe, fica fraquinho, fraquinho... a precisar de um pacotinho de leite!”⁵⁴</i></p> <p><i>“PEDRO MÍNIMO É um pouco medroso, mas com a ajuda do resto do grupo arranja sempre coragem para vencer as dificuldades. Primeiro não crescia (e por isso lhe chamam Mínimo), depois começou a beber leite... e hoje o Pedro é o máximo!”⁵⁵</i></p>	<p><i>“(...) uma associação forte e consistente entre as concentrações de IGF-1 no leite e risco de cancro da próstata. (...) homens com os níveis mais altos de IGF-1 tiveram mais de quatro vezes o risco de cancro da próstata, em comparação com aqueles que tinham menores níveis”.⁵⁶</i></p> <p><i>“() metabólitos do estrogénio são considerados fatores de risco para cancros do sistema reprodutivo, incluindo cancro da mama, ovários e próstata. Estes metabolitos podem afetar a proliferação celular de tal modo que as células crescem rapidamente e de forma aberrante, que pode conduzir ao crescimento do cancro. O consumo de leite e produtos lácteos contribui para a maioria (60-70%) da ingestão de estrogênio na dieta humana. (...) foram diagnosticadas em 1.893 mulheres com fase inicial do cancro da mama invasivo maiores quantidades de alto teor de gordura (...) devido ao consumo de produtos lácteos - os quais estão associados a maiores taxas de mortalidade.”⁵⁷</i></p> <p><i>“(...) o consumo de lactose e de produtos lácteos foi positivamente ligado ao cancro do ovário. (...) mulheres que consumiram mais do que um copo de leite por dia tinham 73% maiores hipóteses de desenvolver cancro do ovário do que mulheres que bebiam menos de um copo por dia.”⁵⁸</i></p> <p><i>“Diabetes insulino dependente (tipo 1) está ligada ao consumo de produtos lácteos. () a introdução precoce do leite de vaca aumenta a suscetibilidade a diabetes tipo 1. Além disso, a Academia Americana de Pediatria observara uma redução</i></p>
--	---	---

		<p><i>até 30 por cento na incidência de diabetes tipo 1 em crianças que evitaram a exposição à proteína do leite de vaca, pelo menos nos três primeiros meses de sua vida.</i>⁵⁹</p> <p><i>“A proteína do leite, o açúcar de leite, a gordura e gordura saturada dos produtos lácteos apresentam riscos para saúde das crianças e incentivam o desenvolvimento da obesidade, diabetes e doenças cardíacas.”</i>⁶⁰</p> <p><i>“Leite e produtos lácteos não são necessárias na dieta e podem, de fato, ser prejudiciais para a saúde. O melhor é adotar uma dieta saudável de grãos, frutas, verduras, legumes e alimentos fortificados, incluindo cereais e sumos. Estes alimentos ricos em nutrientes podem ajudar a satisfazer suas necessidades de cálcio, potássio, riboflavina, e requisitos de vitamina D com facilidade e sem enfrentar os riscos de saúde associados com produtos lácteos.”</i>⁶¹</p> <p><i>“Os cientistas de Harvard não encontraram dados para apoiar a alegação de que o consumo de laticínios leva a melhores ossos, perda de peso, ou a melhoria da saúde. Eles também encontraram alguns riscos graves ligados a consumo de produtos lácteos, incluindo ganho de peso, aumento do risco de cancro, e aumento do risco de fratura. (...) Eles também descobriram que leite pode causar outros problemas como prisão de ventre, síndrome do intestino irritável, inchaço, gases, diarreia, alergias, eczema e acne.”</i>⁶²</p>
--	--	---

O consumo de leite e a obesidade infantil.	<p><i>“(…) valorizando o consumo de leite como aliado na prevenção da obesidade infantil.”⁶³</i></p> <p><i>“(…) Incentiva ao consumo do leite como aliado na prevenção da prevalência da obesidade infantil e excesso de peso.”⁶⁴</i></p>	<p><i>“(…) leite com baixo teor de gordura é frequentemente recomendado para diminuir o risco de obesidade, um estudo publicado no Archives of Disease in Childhood mostrou que as crianças que bebiam leite desnatado, em comparação com aquelas que bebiam leite integral, não eram menos propensas a serem obesas. Além disso, uma meta-análise atual não encontrou apoio para o argumento de que o aumento da ingestão de produtos lácteos vai diminuir a gordura corporal e peso a longo prazo.”⁶⁵</i></p> <p><i>“As proteínas do leite, açúcar de leite, gordura e gordura saturada em produtos lácteos apresentam riscos à saúde para as crianças e incentivam o desenvolvimento da obesidade, diabetes e doenças cardíacas.”⁶⁶</i></p>
Recomendações sobre as quantidades a beber.	<p>[O que deve dizer o professor na sala de aula:] <i>“E quantos copinhos de leite devemos beber por dia? (Resposta: 3!)”⁶⁷</i></p>	<p><i>“A questão-chave é: eu não concordo com as recomendações do governo [EUA] sobre o consumo de produtos lácteos, (...). Produtos lácteos não devem ser um alimento básico, e não devemos certamente beber ter três copos de leite por dia.”⁶⁸</i></p> <p><i>“A evidência dos seus benefícios são exageradas, e as provas dos seus prejuízos para as populações humanas está a aumentar.”⁶⁹</i></p> <p><i>“Os humanos não têm qualquer necessidade de consumir leite de origem animal.”⁷⁰</i></p>

<p>Nutrientes e propriedades do leite.</p>	<p><i>“O leite é um alimento único, rico e insubstituível que nos oferece muitos nutrientes: proteína de alto valor biológico, hidratos de carbono, lípidos, vitaminas, cálcio e outros minerais.”⁷¹</i></p> <p><i>“O leite Mimosa Bem Especial Crescimento 1-3 anos com teor de proteína ajustado, facilita a transição do leite materno. E o leite Mimosa Bem Especial Crescimento 3+ anos é enriquecido em ferro que contribui para um desenvolvimento cognitivo normal.”⁷²</i></p> <p><i>“Proteínas – São os tijolos que constroem o nosso corpo!</i></p> <p><i>– Gorduras – Transportam vitaminas. E quando o nosso corpo precisa, é a este nutriente que vai buscar energia!</i></p> <p><i>– Hidratos de Carbono – Dão-nos muita energia.</i></p> <p><i>– Vitaminas – Regulam o funcionamento do nosso corpo.</i></p> <p><i>– Água – O nosso corpo é quase todo feito dela.</i></p> <p><i>– Cálcio – É um mineral importante para os ossos e os dentes.”⁷³</i></p>	<p><i>“O leite contém contaminantes que variam de hormonas para pesticidas. Além disso, as hormonas sintéticas, tais como a hormona de crescimento bovina recombinante, são comumente utilizadas em vacas para aumentar a produção de leite. Uma vez introduzido no corpo humano, estas hormonas podem afetar a função hormonal normal.”⁷⁴</i></p> <p><i>“Ao tratar vacas para doenças como a mastite, ou inflamação, das glândulas mamárias, os antibióticos são usados, e traços destes antibióticos têm sido ocasionalmente encontrados em amostras de leite e produtos lácteos.”⁷⁵</i></p> <p><i>“Pesticidas, bifenilos policlorados (PCBs) e dioxinas são outros exemplos de contaminantes encontrados no leite. Os produtos lácteos contribuem para um quarto a metade da ingestão de dioxinas. Todas essas toxinas não saem facilmente do corpo e podem, eventualmente, constituir-se a níveis perigosos que podem afetar o sistema imunológico, reprodutivo e o sistema nervoso central. Além disso, os PCB e dioxinas também têm sido associados ao cancro. Outros contaminantes, muitas vezes introduzidos durante o processamento de produtos lácteos incluem melamina, frequentemente encontrada em plásticos, que afeta negativamente os rins e do trato urinário, devido ao seu alto teor de nitrogênio e de 38 toxinas cancerígenas, incluindo as aflatoxinas. Estes são, adicionalmente, perigosos porque não são destruídos na pasteurização.”⁷⁶</i></p>
---	---	--

5. Notas de Referência

- ¹ Store Magazine “*Mimosa é a marca preferida dos portugueses*” 10-07-2014
- ² O próprio Edward Bernays a falar sobre os alegados benefícios do *bacon and eggs*: https://www.youtube.com/watch?v=KLudEZpMjKU&feature=player_embedded
- ³ Estudos independentes são todos aqueles que não têm qualquer apoio do âmbito empresarial, e cujas entidades ou autores/as são reconhecidos/as.
- ⁴ Edward Bernays, o pai da propaganda, elaborou variadas campanhas, e.g.: contratado pela *George Washington Hill's American Tobacco Company – a Lucky Strike*, fazendo com que as mulheres comessem a fumar tabaco como símbolo de emancipação; foi contratado pela *United Fruit Company* para aconselhar Henry Kissinger, Richard Nixon e CIA na elaboração do Golpe de Estado na Guatemala, etc.
- ⁵ Bernays, Edward (2005) p. 52
- ⁶ Porque o *bacon* contém elevados níveis de colesterol e gorduras saturadas, porque é uma carne processada, correntemente não há comunidade médica que o aconselhe diariamente. Por exemplo, o *World Cancer Research* considera que o consumo de elevadas quantidades de bacon acarreta 72% de hipóteses de contrair doenças cardiovasculares (como ataques cardíacos); ou 11% de contrair cancro do cólon (11%) (Cf. Denis Campbell, “*Cancer risk higher among people who eat more processed meat, study finds*” *The Guardian*, 7 March 2013)
- ⁷ O próprio Edward Bernays a falar sobre os alegados benefícios do *bacon and eggs*: https://www.youtube.com/watch?v=KLudEZpMjKU&feature=player_embedded
- ⁸ Cf. Harvey, p. 145
- ⁹ “*Missão Crescer Saudável Mimosa*” (Maio 2013)
- ¹⁰ A Lactogal, detida pela Agros, a Proleite e a Lacticoop, é dona de marcas como a Mimosa ou Vigor. Segundo dados da Fenalac, estes três acionistas recolhem 820 milhões de litros de leite em Portugal, o que corresponde a 46% do total nacional. As vendas da empresa ascendem a mais de 682 milhões de euros em 2010 e os últimos dados que a empresa revelou sobre a exportação eram referentes a 2008. Cf. “*Lactogal entre as dez maiores exportadoras*” (Agros) 10-04-2012

- ¹¹ Ver sitio da Mimosa em www.mimosa.com.pt/mimosa/iniciativas-com-a-comunidade/
- ¹² Cf. *“Leite Bem Especial Cálcio Meio Gordo”* (Mimosa)
- ¹³ Cf. Physicians Committee for Responsible Medicine *“Health Concerns about Dairy Products”*
- ¹⁴ Cf. *“Leite de crescimento 1-3 Anos, Bem Especial”* (Mimosa)
- ¹⁵ Cf. Harvard School of public health *“Calcium and Milk”* (The nutrition source)
- ¹⁶ Cf. Hyman, Mark (2013) *“Got Proof? Lack of Evidence for Milk’s Benefits”*
- ¹⁷ Cf. *“Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa”* (Mimosa)
- ¹⁸ *Idem*
- ¹⁹ *Idem*
- ²⁰ *Idem*
- ²¹ Physicians Committee for Responsible Medicine *“Health Concerns about Dairy Products”*
- ²² *Idem*
- ²³ Cf. *“Calcium and Milk”* Harvard School of public health (The nutrition source)
- ²⁴ *“Festa do Leite Mimosa”* (Mimosa)
- ²⁵ *“Crescer Saudável”* (Mimosa)
- ²⁶ Physicians Committee for Responsible Medicine *“Health Concerns about Dairy Products”*
- ²⁷ *Idem*
- ²⁸ *“Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa”* (Mimosa)
- ²⁹ Cf. Hyman, Mark (2013) *“Got Proof? Lack of Evidence for Milk’s Benefits”*
- ³⁰ David S. Ludwig, MD, PhD; Walter C Willett, MD, DrPH *“Three Daily Servings of Reduced-Fat Milk An Evidence-Based Recommendation?”* JAMA Pediatrics Setembro 2013
- ³¹ Cf. *“O leite – Crescer Saudável”* (Mimosa)
- ³² Cf. *Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa”* (Mimosa)

- ³³ Physicians Committee for Responsible Medicine “*Health Concerns about Dairy Products*”
- ³⁴ *Idem*
- ³⁵ Vide as personagens SUPER-X, Pedro Mínimo, etc., que representam valores, medos, e uma conduta social sustentadora da crença dos efeitos positivos do leite na saúde humana.
- ³⁶ “Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa” (Mimosa)
- ³⁷ Considerando o preço o médio 1,19 € por pacote de litro do *Leite Bem Especial Crescimento da Mimosa*, se cada criança portuguesa consumir 3 copos de leite por dia (600ml), beberá num ano aproximadamente 1095 copos, o que equivalerá a 219 litros, 260,61 € de gastos só para a marca.
- ³⁸ Fonseca, Rui Pedro “*Desconstrução de alguns ‘programas informativos’ da indústria de exploração de animais*” (24 Agosto 2013) Revista Resistir.info
- ³⁹ Cf. “O leite – Crescer Saudável” (Mimosa)
- ⁴⁰ Cf. *Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa*” (Mimosa)
- ⁴¹ Cf. “*Leite de crescimento 1-3 Anos, Bem Especial*” (Mimosa)
- ⁴² Physicians Committee for Responsible Medicine “*Health Concerns about Dairy Products*”
- ⁴³ *Idem*
- ⁴⁴ Cf. Joy, 21: 2010
- ⁴⁵ Cf. *Idem*, 100: 2010
- ⁴⁶ “*Brochura da Exposição Estudo Epistemológico*” (Mimosa)
- ⁴⁷ “*Leite Bem Especial Cálcio*” (Mimosa)
- ⁴⁸ Physicians Committee for Responsible Medicine “*Health Concerns about Dairy Products*”
- ⁴⁹ “*Calcium and Milk*” Harvard School of public health (The nutrition source)
- ⁵⁰ Hyman, Mark (2013) “*Got Proof? Lack of Evidence for Milk’s Benefits*”
- ⁵¹ “Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa” (Mimosa)
- ⁵² “*Missão Crescer Saudável Mimosa*” (Mimosa)
- ⁵³ *Idem*

- ⁵⁴ *"Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa"* (Mimosa)
- ⁵⁵ *Idem*
- ⁵⁶ Physicians Committee for Responsible Medicine *"Health Concerns about Dairy Products"*
- ⁵⁷ *Idem*
- ⁵⁸ *Idem*
- ⁵⁹ *Idem*
- ⁶⁰ *Idem*
- ⁶¹ *Idem*
- ⁶² *"Calcium and Milk"* Harvard School of public health (The nutrition source)
- ⁶³ *"Festa do Leite Mimosa"* (Mimosa)
- ⁶⁴ *"Crescer Saudável"* (Mimosa)
- ⁶⁵ Physicians Committee for Responsible Medicine *"Health Concerns about Dairy Products"*
- ⁶⁶ *Idem*
- ⁶⁷ *"Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa"* (Mimosa)
- ⁶⁸ Hyman, Mark (2013) *"Got Proof? Lack of Evidence for Milk's Benefits"*
- ⁶⁹ *Idem*
- ⁷⁰ David S. Ludwig, MD, PhD; Walter C Willett, MD, DrPH *"Three Daily Servings of Reduced-Fat Milk An Evidence-Based Recommendation?"* JAMA Pediatrics Setembro 2013
- ⁷¹ *"O leite – Crescer Saudável"* (Mimosa)
- ⁷² *"Leite de crescimento 1-3 Anos, Bem Especial"* (Mimosa)
- ⁷³ *Aula Amigos para a Vida – Crescer Saudável Mimosa"* (Mimosa)
- ⁷⁴ Physicians Committee for Responsible Medicine *"Health Concerns about Dairy Products"*
- ⁷⁵ *Idem*
- ⁷⁶ *Idem*